

**PENGEMBANGAN *BUSINESS PLAN*
USAHA PECI M.IMING BANDOENG**

TUGAS AKHIR

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

AZMI AZIZAH

NRP : 153010011



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN**

2019

ABSTRAKSI

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi yang semakin modern di Indonesia, terutama dalam bidang industri yang ikut berkembang. Sehingga mendorong perusahaan untuk bersaing secara kompetitif untuk mencapai suatu keberhasilan yang diinginkan. Maka dibutuhkan suatu rencana bisnis dan strategi yang tepat untuk dapat bertahan juga bersaing dengan usaha sektor kecil lainnya. Dimana dalam menciptakan suatu peluang usaha yang besar diluar, maka diperlukannya suatu rencana bisnis yang disusun secara tepat dan baik.

Hal pertama yang dilakukan dalam mengembangkan business plan adalah dengan melakukan analisis SWOT, yang mencakup analisis internal dan eksternal. Setelah analisis SWOT disusun, maka didapatkanlah hasil suatu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Dimana salah satu strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT yang menggunakan kekuatan dan peluang adalah Meningkatkan kualitas produk peci M.Iming Bandoeng dengan memanfaatkan brand yang sudah dikenal yang selanjutnya menyusun rencana bisnis.

Untuk hasil penyusunan rencana bisnis diketahui bahwa M.Iming Bandoeng berfokus pada produksi peci. Dimana dilihat dari segi potensi peluang pasar, peci M.Iming ini berpeluang besar karena produk ini sudah memiliki brand peci yang sudah dikenal masyarakat dan unggul dalam kualitas produk. Dengan perencanaan pemasaran yang matang yang dapat membuka peluang besar bagi M.Iming Bandoeng. M.iming Bandoeng ini memiliki jumlah pekerja keseluruhan sebanyak 28 tenaga kerja. Dalam meningkatkan pemasaran, maka diperlukannya terlebih dahulu pembentukan manajemen mutlak yang tepat dalam mengisi suatu bidang tertentu agar dapat mengelola dengan baik M.Iming Bandoeng ini. M.Iming Bandoeng ini memiliki laba bersih sebesar Rp. 728.576.643 pada tahun pertama dan terus meningkat empat tahun kedepan. Dan memiliki nilai rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas.

Kata Kunci : business plan, SWOT, rasio, return on invesment, Inventory to Net Working Capital

ABSTRACTION

Along with the development of the times and increasingly modern technology in Indonesia, especially in the industrial sector that also developed. So as to encourage companies to compete competitively to achieve the desired success. So we need a business plan and the right strategy to survive and compete with other small sector businesses. Where in creating a large business opportunity outside, the need for a business plan that is arranged appropriately and well.

The first thing to do in developing a business plan is to carry out a SWOT analysis, which includes internal and external analysis. After the SWOT analysis is compiled, the results of a company's strengths, weaknesses, opportunities and threats are obtained. Where one of the strategies generated from the SWOT analysis that uses strengths and opportunities is to improve the quality of the M.Iming Bandoeng cap products by utilizing well-known brands which then develop business plans.

For the results of compiling a business plan, it is known that M.Iming Bandoeng focuses on cap production. Where in terms of potential market opportunities, this M.Iming cap has a great chance because this product already has a peci brand that is well known to the public and superior in product quality. With a mature marketing plan that can open up great opportunities for M.Iming Bandoeng. M.iming Bandoeng has a total number of 28 workers. In improving marketing, it is necessary to first form the absolute right management in filling in a particular field in order to properly manage M.Iming Bandoeng. M.Iming this Headbands has a net profit of Rp. 728,576,643 in the first year and continues to increase for the next four years. And has a value of liquidity ratios, solvency ratios, activity ratios, and profitability ratios.

Keywords: business plan, SWOT, ratio, return on investment, Inventory to Net Working Capital

PENGEMBANGAN *BUSINESS PLAN*
USAHA PECI M.IMING BANDOENG

Oleh

Azmi Azizah

NRP : 153010011

Menyetujui

Tim Pembimbing

Tanggal

Pembimbing

Penelaah

(Ir. Asep Saefulbachri Ramli, MM., M.BA)

(Ir. Toto Ramadhan, MT)

Mengetahui,

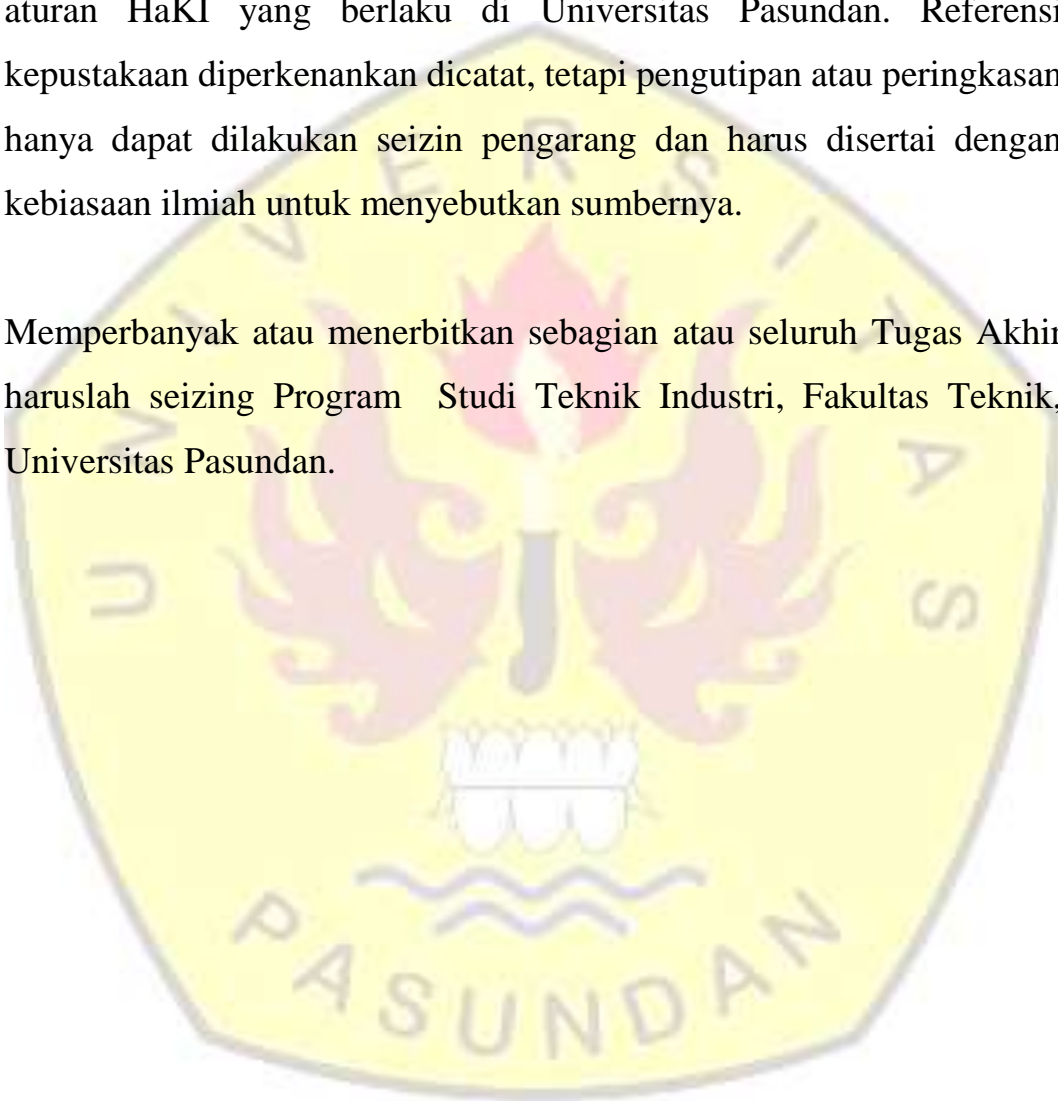
Ketua Program Studi

Ir. Toto Ramadhan, MT

PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir sarjana yang tidak dipublikasikan terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Pasundan, dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada pengarang dengan mengikuti aturan HaKI yang berlaku di Universitas Pasundan. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau peringkasan hanya dapat dilakukan seizin pengarang dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh Tugas Akhir haruslah seizin Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pasundan.



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Judul Tugas Akhir :

PENGEMBANGAN *BUSINESS PLAN* USAHA

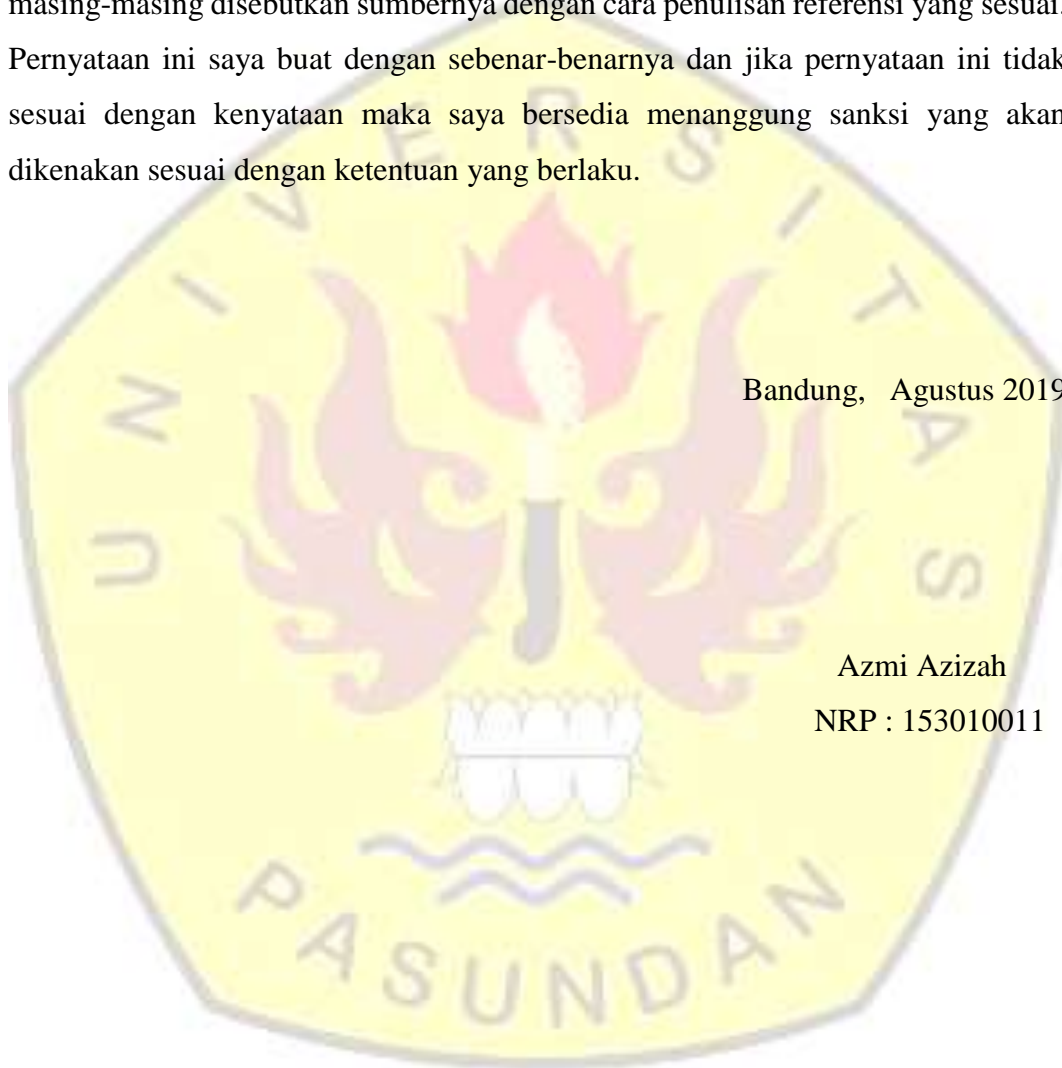
PECI M.IMING BANDOENG

Adalah hasil kerja saya sendiri, kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang masing-masing disebutkan sumbernya dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bandung, Agustus 2019

Azmi Azizah

NRP : 153010011



DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	1
ABSTRACTION	2
LEMBAR PENGESAHAN	3
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	v
PERNYATAAN	vi
DAFTAR ISI	6i
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.i
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.i
Bab I <u>Pendahuluan</u>	I-10
I.1 Latar Belakang Masalah	I-10
I.2 Rumusan Masalah	I-13
I.3 Tujuan dan Manfaat Pemecahan Masalah	I-13
I.4 Batasan Masalah dan Asumsi	I-14
I.5 Lokasi	I-14
I.6 Sistematika Penulisan	I-14
Bab II Landasan Teori	II-Error! Bookmark not defined.
II.1 <i>Business Plan</i>	II-Error! Bookmark not defined.
II.2 Aspek Pemasaran dan Pasar	II-Error! Bookmark not defined.
III.2.1 Konsep Pemasaran	II-Error! Bookmark not defined.
III.2.2 Unsur-Unsur Utama Pemasaran ...	II-Error! Bookmark not defined.
II.2.2.1 Unsur Strategi Persaingan	II-Error! Bookmark not defined.
II.2.2.2 Unsur Taktik Pemasaran	II-Error! Bookmark not defined.
II.2.2.3 Unsur Nilai Pemasaran.....	II-Error! Bookmark not defined.
II.2.2.4 Product Development.....	II-Error! Bookmark not defined.

II.3	Penyusunan Strategi Bisnis	II-Error! Bookmark not defined.
II.3.1	Analisis Lingkungan Internal	II-Error! Bookmark not defined.
II.3.2	Analisis Lingkungan Eksternal	II-Error! Bookmark not defined.
II.3.3	Analisis Situasional dengan menggunakan Matriks SWOT	II-Error! Bookmark not defined.
II.4	Aspek Manajemen dan Organisasi	II-Error! Bookmark not defined.
II.5	Aspek Keuangan.....	II-Error! Bookmark not defined.
II.5.1	Laba Rugi	II-Error! Bookmark not defined.
II.5.2	Neraca	II-Error! Bookmark not defined.
II.5.3	<i>Cash Flow</i>	II-Error! Bookmark not defined.
II.5.4	Metode Rasio	II-Error! Bookmark not defined.
Bab III	Usulan Pemecahan Masalah.....	III-Error! Bookmark not defined.
III.1	Model Pemecahan Masalah	III-Error! Bookmark not defined.
III.2	Langkah-langkah Pemecahan Masalah	III-Error! Bookmark not defined.
III.2.3	Studi Lapangan.....	III-Error! Bookmark not defined.
III.2.4	Studi Pustaka.....	III-Error! Bookmark not defined.
III.2.5	Pengumpulan Data	III-Error! Bookmark not defined.
III.2.6	Pengolahan Data.....	III-Error! Bookmark not defined.
Bab IV	Pengumpulan dan Pengolahan Data..	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1	Pengumpulan Data	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.2	Visi Misi Perusahaan	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.3	Lokasi Pabrik	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.4	Faktor-Faktor Internal Perusahaan.	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.4.1	Struktur Organisasi Perusahaan.....	IV-Error! Bookmark not defined.

IV.1.4.2	Kondisi Pemasaran	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.4.3	Kondisi Produksi	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.4.4	Kondisi Organisasi	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.4.5	Kondisi Keuangan	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.5	Faktor-Faktor Eksternal Perusahaan	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.5.1	Ekonomi	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.5.2	Politik	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.5.3	Pemerintah	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.5.4	Teknologi	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.6	Pengolahan Data	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.6.1	Perencanaan Strategi SWOT Analisis ...	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.6.2	Penyusunan Strategi <i>Business Plan</i>	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.6.2.5.1	Analisis Pemasaran	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.6.2.5.2	<i>Product Development</i>	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.6.2.5.3	Analisis Produksi	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.6.2.5.4	Analisis Organisasi	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.6.2.5.5	Analisis Keuangan	IV-Error! Bookmark not defined.
IV.1.6.2.5.5.1	Perhitungan Rasio Keuangan	IV-Error! Bookmark not defined.

Bab V Analisa dan Pembahasan V-Error! Bookmark not defined.

V.1.1	Penyusunan Strategi Bisnis	V-Error! Bookmark not defined.
V.1.1.1	Analisa Lingkungan Internal	V-Error! Bookmark not defined.
V.1.1.2	Analisa Lingkungan Eksternal	V-Error! Bookmark not defined.
V.1.1.3	Analisis SWOT	V-Error! Bookmark not defined.

V.1.2 Penyusunan Pengembangan *Business Plan* ... V-Error! Bookmark not defined.

V.1.2.1 Analisa Pemasaran V-Error! Bookmark not defined.

V.1.2.2 Analisa *Product Development*..... V-Error! Bookmark not defined.

V.1.2.3 Analisa Produksi V-Error! Bookmark not defined.

V.1.2.4 Analisa Manajemen dan Organisasi V-Error! Bookmark not defined.

V.1.2.5 Analisa Keuangan V-Error! Bookmark not defined.

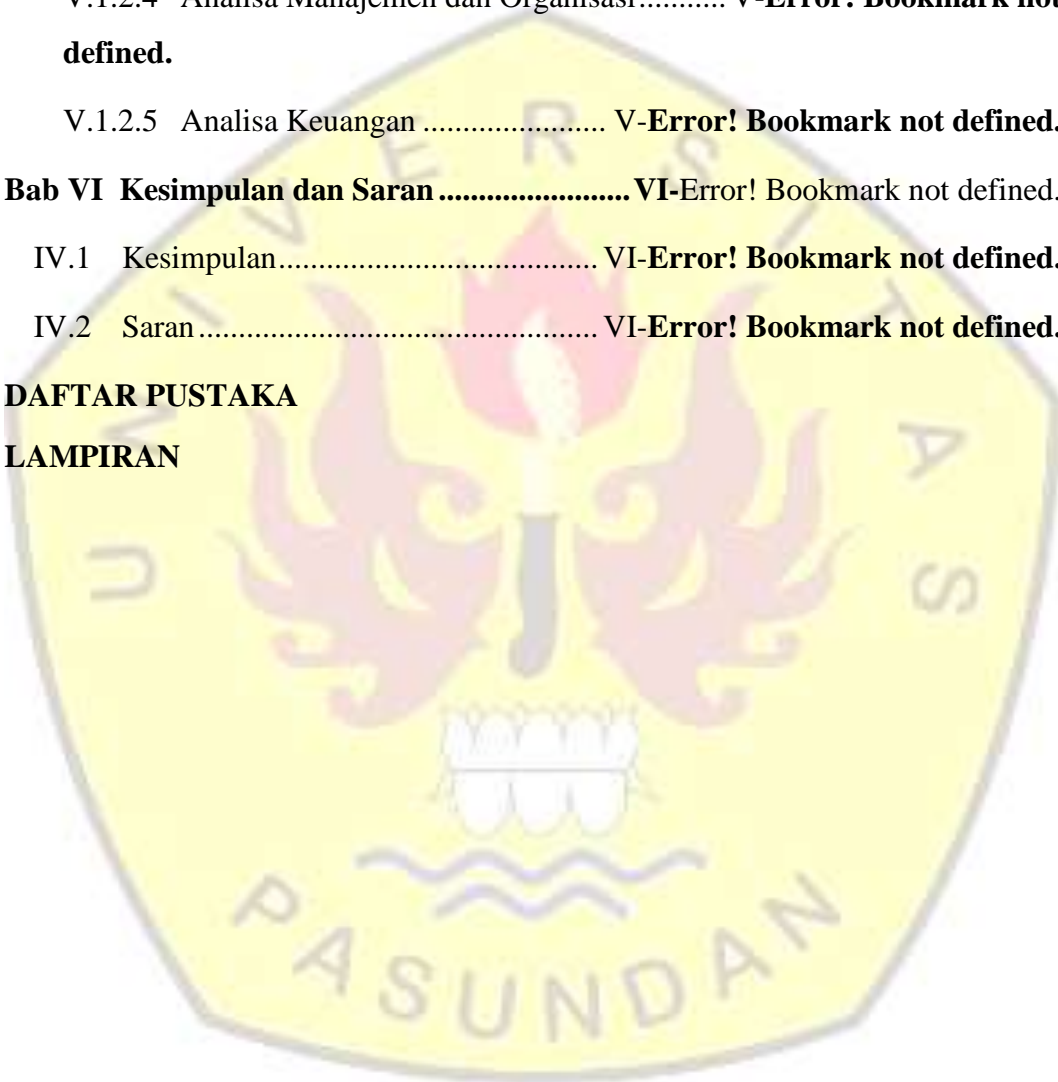
Bab VI Kesimpulan dan Saran VI-Error! Bookmark not defined.

IV.1 Kesimpulan..... VI-Error! Bookmark not defined.

IV.2 Saran VI-Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Bab I

Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi yang semakin modern di Indonesia, terutama dalam bidang industri yang ikut berkembang. Sehingga mendorong perusahaan untuk bersaing secara kompetitif untuk mencapai suatu keberhasilan yang diinginkan. Bahkan pada sektor usaha kecil pun ikut berkembang. Banyak sektor kecil lainnya yang bermunculan dan mengakibatkan kesempatan usaha menjadi relatif kecil dan peluang untuk sukses dan bertahan pun relatif kecil. Maka dibutuhkan suatu rencana bisnis dan strategi yang tepat untuk dapat bertahan juga bersaing dengan usaha sektor kecil lainnya. Dalam kondisi usaha yang tidak menentu saat ini, maka suatu usaha dalam sektor besar maupun kecil membutuhkan rencana bisnis yang baik, untuk menghasilkan profitabilitas seperti yang diinginkan dan usaha dapat berkembang secara lancar.

Dimana perencanaan bisnis merupakan perencanaan yang sangat spesifik. Dalam perencanaan bisnis yang baik harus menggambarkan dengan jelas karakteristik bisnis yang sedang dijalankan dan disusun secara cermat agar dapat mengambil suatu keputusan. Tujuan perencanaan bisnis adalah agar kegiatan bisnis yang akan dilaksanakan sesuai dengan jalur yang direncanakan. Karena dalam perencanaan bisnis dapat mengetahui posisi perusahaan saat ini, arah tujuan, dan cara mencapai sasaran yang akan dicapai.

Saat ini banyak UKM yang berkembang pesat dari berbagai macam bidang, terutama dalam bidang sandang yaitu peci. Dan Peci merupakan sejenis topi

tradisional bagi orang Melayu. Di Indonesia, peci yang juga menjadi bagian dari pakaian nasional dan dipakai oleh orang Islam. Bagi kalangan orang Islam di Nusantara, peci menjadi pemakaian kepala yang resmi ketika menghadiri upacara-upacara resmi seperti upacara perkawinan, shalat Jum'at, upacara keagamaan dan sewaktu menyambut Idul Fitri dan Idul Adha. Peci juga dipakai sebagai pelengkap baju adat Melayu yang dipakai untuk menghadiri pertemuan-pertemuan tertentu. Salah satu yang memproduksi peci pertama pada tahun 1918, Dimana kala itu konsumen sebagian besar pejabat-pejabat negara seperti Soekarno. Jenis peci yang tersedia di M.Iming terdapat 5 jenis peci yaitu :

1. Seri S, dimana seri ini dibandrol dengan harga Rp. 252.000 dengan jenis kain bludru baru yang di *import* dari korea dan China.
2. Seri A, dimana seri ini dibandrol dengan harga Rp. 153.000 dengan jenis kain yang sudah dipakai dari awal berdiri.
3. Seri M, dimana seri ini dibandrol dengan harga Rp. 101.000 dengan jenis kain yang sama dengan seri A yang memiliki perbedaan dengan seri lainnya pada racekan di peci bagian dalam.

Peci M.Iming memiliki suatu kendala dalam segi manajemen yang masih memakai metode tradisional dan segi administrasi keuangan yang tidak mengacu kepada suatu metode keuangan yang tidak dapat melihat arus keuangan yang terjadi dan tidak ada evaluasi setiap tahunnya mengenai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Hal ini terjadi dikarenakan usaha peci M.Iming masih dalam bentuk usaha yang tidak terstruktur jelas karena tidak terdapat struktur organisasi yang pasti.

Dengan target konsumen yang cukup banyak, maka perusahaan pembuat peci ini banyak bermunculan sehingga menjadikan persaingan semakin ketat. Perusahaan yang memproduksi peci ini, akan memiliki kendala yang berpengaruh terhadap perkembangan usahanya tersebut. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka terdapat penyusunan *business plan* yang sangat berpengaruh dalam perkembangan peci tersebut. Dalam *business plan* terdapat faktor-faktor seperti pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan keuangan. Berikut uraian dari faktor-faktor *business plan* tersebut pada tabel I.1 :

Tabel I.1 Uraian Faktor-Faktor *Business Plan* Perusahaan

Faktor	Uraian	Dampak
Produksi	Dalam produksi peci ini menggunakan 5 unit mesin jahit dan 1 unit mesin sablon.	Setiap minggunya hanya dapat memproduksi 500 pcs, karena satu orang pekerja hanya dapat mengerjakan 5 kodi/orang setiap minggunya.
Pemasaran	Usaha peci tersebut melakukan pemasaran dengan cara pembelian secara langsung oleh konsumen baik pembelian eceran maupun partai besar. Dan terdapat kerjasama sebanyak 6 tempat yaitu toko enggal di Sumedang, sekolah islam Al-Azhar Bekasi, pesantren daerah Bandung, Sumedang, Banten, dan Medan.	Sistem pemasaran ini masih kurang berjalan baik karena tidak semua konsumen mengetahui lokasi tersebut karena kurang ada daya tarik dari penampilan luar toko M.Iming dan tidak rutin adanya pembelian. Pembelian akan ramai pada saat bulan puasa dan pergantian tahun akademik.
SDM	Sumber daya manusia yang dipakai keseluruhan berjumlah 28 orang pekerja. Dimana bagian produksi atau pekerja langsung terdapat 17 orang dan	Dari jumlah pekerja langsung terdapat 17 orang, setiap tahunnya memproduksi peci sebanyak 1300 kodi peci dengan jumlah permintaan pada tahun 2018 sebanyak 400

	pekerja tidak langsung berjumlah 11 orang pekerja.	kodi, maka pada tahun 2019 yang ditargetkan permintaan sebanyak 500 kodi tidak akan terjadinya suatu permintaan yang tidak tercapai.
--	--	--

Lanjutan Tabel I.1 Uraian Faktor-Faktor *Business Plan* Perusahaan

Keuangan	Produk yang terjual dari peci M.Iming selama setahun sebesar kurang lebih 400 kodi untuk peci harga 153 ribu – 252 ribu.	Dari omzet yang didapat pada tahun 2018 sebanyak 400 kodi dengan pendapatan kotor sebesar Rp. 1.400.000.000
-----------------	--	---

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ^{sudah} dipaparkan, maka rumusan masalah yang diangkat adalah:

1. Bagaimana menyusun perencanaan bisnis yang sesuai dengan keadaan di peci M.Iming ?
2. Bagaimana membuat rencana aksi yang sesuai dengan kebutuhan di peci M.Iming ?

I.3 Tujuan dan Manfaat Pemecahan Masalah

Tujuan utama dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menyusun perencanaan bisnis yang sesuai dengan peci M.Iming.
2. Untuk membuat usulan mengenai rencana aksi yang sesuai dengan kebutuhan peci M.Iming.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini bagi perusahaan antara lain sebagai berikut :

1. Dapat digunakan sebagai acuan dalam pencapaian tujuan dan pengembangan usaha tersebut.
2. Hasil yang didapat dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan usaha kedepannya.

I.4 Batasan Masalah dan Asumsi

Batasan masalah yang akan diteliti pada toko peci M.Iming bertujuan agar masalah yang akan diteliti tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian. Berikut batasan masalah yang akan diteliti :

1. Penelitian dilakukan hanya dalam ruang lingkup toko peci M.Iming .
2. Penelitian dilakukan hanya mencakup perancangan *business plan* yang akan meliputi aspek pemasaran, aspek operasional dan aspek keuangan.
3. Tujuan penelitian *business plan* ini sebagai panduan untuk mencapai keberhasilan suatu usaha dan pengembangan dari usaha tersebut.
4. Penelitian dilakukan dari bulan Februari sampai dengan selesai.
5. Produk yang dihasilkan yaitu peci atau kopeah.

Berikut merupakan asumsi dari penelitian :

1. Dalam penyusunan *business plan* difokuskan pada aspek pemasaran, aspek operasional dan aspek keuangan.
2. Data yang tersedia didapat dari hasil pengumpulan data yang diasumsikan dengan benar dan tidak berubah-ubah.

I.5 Lokasi

Penelitian dilakukan di toko peci M.Iming di Jl. Jend. Ahmad Yani no.14- simpang lima kelurahan Cimenerang, kecamatan Panyileukan, Kota Bandung, Jawa Barat 40292

I.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan laporan Tugas Akhir mengenai masalah yang diteliti maka penulisan laporan ini disajikan dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan asumsi, lokasi perusahaan, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Berisi uraian tentang sumber literatur dan teori serta hasil penelitian sejenis yang disusun sedemikian rupa yang menjadi pedoman dari penelitian ini dengan permasalahan mengenai *business plan*. Landasan teori digunakan bertujuan untuk menguatkan metode yang digunakan untuk memecahkan permasalahan di perusahaan tersebut.

BAB III USULAN PEMECAHAN MASALAH

Bab ini menjelaskan mengenai pemecahan masalah *business plan* yang difokuskan pada aspek pemasaran, aspek operasional, dan aspek keuangan untuk menyelesaikan masalah dan mengenai pendekatan yang digunakan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan penjelasan mengenai data-data yang dibutuhkan dan pengolahan data berdasarkan penyusunan dari *business plan*.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang analisis dan pembahasan dari hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil analisis dan penyampaian usulan serta saran bagi perusahaan dalam mengatasi masalah yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, N. (2013). Bentuk, Tahap dan Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Produk . Pengembangan Produk.
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis Era Globalisasi Cetakan Pertama*. Jakarta: Rineka Cipta.
- DAMAYANTI, V. K. (2017). *PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI*, 14-15.
- Hery. (2016). *Financial Ratio for Business*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Keller, K. (2012). *Marketing Management Edisi 14, Global Edition*. Pearson prentice hall.
- Kotler, A. (2014). *Principles of Marketing (Global Edition, ed. 15)*. England: Pearson Education Limited.
- Philip Kotler, G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Pramutoko, B. (2008). *Management Pemasaran*.
- Priyono. (2007). *Pengantar Manajemen*. Siduarjo: Zifatama.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cetakan kesebelas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Kasus Bisnis*.
- Setiarini, S. E. (2013). JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI DINAMIKA PENDIDIKAN. *BUSINESS PLAN SEBAGAI IMPLEMENTASI KEWIRAUSAHAAN*, 149.
- Soedjaya, R. R. (2009). *Bisnis Plan*. Bandung: Dinas Koperasi dan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah.

Sutarto. (2012). *Dasar-Dasar Organisasi Cetakan keduapuluhdua*. Yogyakarta: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS.

Swasta, B. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Umar, H. (2001). *Strategi Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta

